

การจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี ในจังหวัดขอนแก่น THE MANAGEMENT OF OTOP NAWATWITHI COMMUNITY-BASED TOURISM IN KHON KAEN PROVINCE

รัตนภรณ์ มุ่งช่วยกลาง (Rattanaphon Mungchuaiklang)¹
วิภาวี ฤกษ์ฤทธิ (Wipawee Grisnaputi)²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น ผู้ให้ข้อมูล มีทั้งสิ้น 23 ราย ได้แก่ ผู้นำชุมชน 1 ราย ประธานและคณะกรรมการบริหารกลุ่ม 8 ราย สมาชิกกลุ่ม 5 ราย ราษฎ์ชาวบ้าน 2 ราย ตัวแทนจากกลุ่มอาชีพ 5 ราย และเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แนวทางการสัมภาษณ์เพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และแนวทางการสังเกตการณ์ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น ได้ใช้การจัดการด้านคน ด้านการเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์และด้านการจัดการทั่วไปในกระบวนการดำเนินการมีด้วยกัน 5 ขั้นตอน ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น และการส่งเสริมการ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น” วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาลังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาลังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาพัฒนาลังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ตลาดหมู่บ้านท่องเที่ยว ในการจัดการด้านคน ได้สร้างความเข้าใจและเป้าหมายร่วม การแต่งตั้งคณะกรรมการบริหาร การอบรมเสริมความรู้ผู้ประกอบการ การจัดการด้านการเงินได้วางแผนในการหาแหล่งเงินทุนจากภายในชุมชน และจัดสรรเงินสนับสนุนจากรัฐเพื่อใช้ในการพัฒนาหมู่บ้าน การจัดการด้านวัสดุอุปกรณ์ได้ใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีภายในหมู่บ้าน และมีการจัดซื้อในส่วนที่จำเป็น รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อใช้ในการพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์และบูรณะอาคารสถานที่ และการจัดการทั่วไป ได้จัดเวทีชี้แจงให้ความรู้คนในชุมชนเลือกตั้งคณะกรรมการบริหาร ร่วมกันค้นหาศักยภาพของหมู่บ้านเพื่อออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของดีชุมชน และออกแบบตราสัญลักษณ์และสโลแกนของหมู่บ้าน อีกทั้ง มีการจัดการประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบออนไลน์ และแบบออฟไลน์ และแบบ “ปากต่อปาก”

คำสำคัญ: การจัดการ, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, หมู่บ้านโอท็อปนวัตกรรม

ABSTRACT

This is qualitative research. The objectives were to study the management of OTOP Nawatwithi Community-Based Tourism in Khon Kaen Province. There were twenty-three informants including one community leader, one group leader and eight committee members, five group members, two local wisdom gurus, five representatives from occupational groups and two officials from relevant offices. Research tools were interview guideline for in-depth interview and observational guideline. The descriptive analysis method was used to analyze data.

Findings:

Management of OTOP Nawatwithi Community-Based Tourism in Khon Kaen Province. The concepts of the management of man, money, materials and general management were used in the five steps of the operational process including improving the potential of tourism officials, improving

tourist attractions and facilities, improving local products and services for tourists, linking tourism routes of each locality and promoting community-based tourism marketing. For man management, an understanding and shared the same goal were created, a committee board appointed, and training courses provided for local business owners. For money management, sources of funding within the community were sought and the budget for community development managed with support from the government. For materials management, materials and equipment found in the village were used, buying only what was necessary from several offices for improving surroundings and buildings. For general management, a public hearing was set up to educate villagers about the election of a board committee and the tourism potential of the village was investigated in order to design activities for tourism, local products, as well as a logo and slogan for the village. Both online and offline and word of mouth were used as public relations methods.

Keywords: Management, Community-based Tourism, OTOP Nawatwithi Village

1. บทนำ

การพัฒนาประเทศไทยในแต่ละยุคสมัยที่ผ่านมา ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเน้นการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก เศรษฐกิจเจริญเติบโตตามกระแสทุนนิยมของโลกและธุรกิจต่าง ๆ ได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดช่องว่างของความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้อย่างไม่เท่าเทียมกัน การพัฒนากระจุกไม่กระจายตัว และยิ่งไปกว่านั้น ในช่วงปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจ (วิกฤตต้มยำกุ้ง) ส่งผลกระทบและก่อให้เกิดปัญหาสังคมต่าง ๆ ที่มีความซับซ้อนรุนแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้น องค์กรภาครัฐจึงได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และได้พยายามหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและสร้างกลไกการพัฒนา

ที่หลากหลายรูปแบบ ปรับเปลี่ยนแนวคิดในการพัฒนาใหม่ที่เน้นการกระตุ้นเศรษฐกิจระดับฐานรากเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยในปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลได้ริเริ่มโครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP : One Tambon One Product) ซึ่งมีหลักการที่สำคัญคือการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนรากหญ้า โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ ออกสู่ตลาดสากล พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ มีทักษะความสามารถในการค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ เพื่อให้สามารถพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนได้อย่างแท้จริง ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน แต่เนื่องจากการเปิดการค้าอย่างเสรีในระบบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้การแข่งขันทางการตลาดสูงขึ้น และกระทบต่อชุมชนผู้ผลิตสินค้าโครงการดังกล่าว ด้วยการขาดศักยภาพในการแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ จึงทำให้รัฐบาลต้องมีการปรับกระบวนการทัศน์ใหม่ในการขับเคลื่อนโครงการฯ โดยให้ความสำคัญกับชุมชน ด้วยการเพิ่มศักยภาพให้จุดแข็งทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาชุมชนสร้างอัตลักษณ์ของตนเองเพื่อเชื่อมโยงสู่การผลิตและบริการ และเพิ่มโอกาสขยายช่องทางการตลาดมากยิ่งขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า รัฐบาลมีนโยบายและแนวทางส่งเสริมการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เชิงรุก หรือเรียกว่าเป็นยุคของการผลักดันผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการดังกล่าวออกจากชุมชนอย่างต่อเนื่อง เรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2560 (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2560)

ในปี พ.ศ. 2561 เพื่อเป็นการยกระดับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ พัฒนาจากฐานรากให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ตามความต้องการ และให้บรรลุวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” รัฐบาลได้มีนโยบายขับเคลื่อนโครงการ “หมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน 2. พัฒนาคุณภาพคน สร้างและส่งเสริมองค์ความรู้ในระดับชุมชน พัฒนาระบบบริหารจัดการ และ 3. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (กลุ่มประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ, 2559) จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานโอท็อปแบบดั้งเดิมที่เน้นการผลิตสินค้าและนำออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชนเพียงอย่างเดียว สู่แนวทางการดำเนินงานการสร้างรายได้จากการขายสินค้าและบริการภายในชุมชน เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในชุมชน นำเสนอเสน่ห์จากวิถีชีวิต ภูมิปัญญาพื้นบ้าน วัฒนธรรม และ

ความคิดสร้างสรรค์มาเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สร้างรายได้ให้กระจายไปทั่วครัวเรือนและชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างแท้จริง ตามวัตถุประสงค์ที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก สร้างเสริมรายได้ ให้ชุมชนยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง และกระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมในประเทศให้เข้มแข็ง โดยมีกรมการพัฒนาชุมชน เป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในโครงการฯ และมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละจังหวัดเป็นผู้ดำเนินงานจัดกิจกรรมการประกวด “หมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถี” โดยสั่งการให้สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ทำการพิจารณาหมู่บ้านในพื้นที่ที่มีศักยภาพ เพื่อคัดเลือก “หมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีระดับจังหวัด” ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างแรงกระตุ้นผลักดันให้ชุมชนได้แสดงขีดความสามารถทางการท่องเที่ยว แสดงอัตลักษณ์ เสน่ห์และภูมิปัญญาของชุมชนมาเสริมสร้างมูลค่าและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว สร้างรายได้กระจายให้กับประชาชนอย่างทั่วถึง มีหมู่บ้านที่เข้าร่วมโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีทั้งหมดทั่วประเทศ จำนวน 3,273 หมู่บ้าน ได้รับพิจารณาคัดเลือกให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีระดับจังหวัด จำนวนทั้งสิ้น 160 หมู่บ้าน เพื่อพัฒนาต่อยอดสู่การเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีต้นแบบต่อไป จำนวน 50 หมู่บ้าน (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2561)

จังหวัดขอนแก่น เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และเป็นศูนย์กลางการบริการในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านการค้าการลงทุน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ด้านอุตสาหกรรมสีเขียว และด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่น ทำให้มีผู้ประกอบการจากภายนอกหลั่งไหลเข้ามาลงทุนในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการรายใหญ่ต่างมีการต่อสู้ทางธุรกิจที่รุนแรง ในขณะที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการรายเล็กมีศักยภาพไม่เพียงพอที่จะแข่งขันได้ ส่งผลกระทบให้เกิดการกระจายรายได้ไม่ถึง (โกเมนกันตวรื้อ, 2557) ดังนั้น เมื่อรัฐบาลมีนโยบายโครงการ “หมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถี” จังหวัดขอนแก่นจึงได้ร่วมขับเคลื่อนตามนโยบายดังกล่าว เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด และแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้น โดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดขอนแก่นได้ผลักดันให้ชุมชนเข้าร่วมโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีเป็นจำนวนทั้งสิ้น 114 หมู่บ้าน มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของประเทศ และทำการคัดเลือกหมู่บ้านเป้าหมายเพียง 5 หมู่บ้าน เพื่อพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีระดับจังหวัด (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2561)

บ้านดงบัง หมู่ที่ 4 ตำบลดงเมืองแถม อำเภอเขาสวนกวาง เป็น 1 ใน 5 จากหมู่บ้านเป้าหมายในจังหวัดขอนแก่น ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีระดับจังหวัด โดยมีการขับเคลื่อนแผนงานโครงการดังกล่าว ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา จากการเห็นศักยภาพของหมู่บ้านที่มีทุนทางสังคมที่เข้มแข็ง มีการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรมและเพณีที่ดีงาม (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขาสวนกวาง, 2561) ดังนั้นการทราบถึงกระบวนการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีบ้านดงบังในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการจัดการทั่วไป ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ส่งผลต่อการดำเนินโครงการทั้งนี้ก็เป็นประโยชน์แก่การพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถี ต่อไป

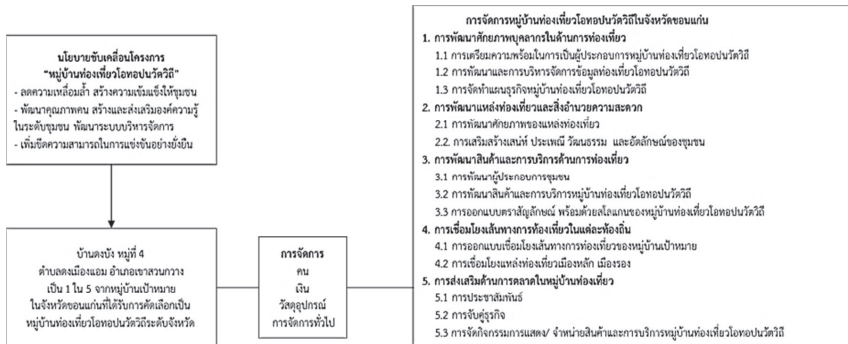
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

สำหรับบทความเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดโดยใช้กระบวนการในการจัดการ ด้านคน ด้านเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการจัดการทั่วไป ผสมกับกระบวนการขับเคลื่อนโครงการของหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีใน 5 กระบวนการ อันประกอบด้วย การพัฒนาศักยภาพบุคลากรในด้านการท่องเที่ยว, การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก, การพัฒนาสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยว, การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น และการส่งเสริมด้านการตลาดในหมู่บ้านท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ทราบถึงการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถี ในจังหวัดขอนแก่น

ประเด็นที่ศึกษาสามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพได้เลือกพื้นที่แบบวิธีเจาะจง (Purposive Selection) โดยพิจารณาตามสถานภาพของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจ และมีประสบการณ์จากการดำเนินงานในพื้นที่ของหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี บ้านดงบัง หมู่ที่ 4 ตำบลดงเมืองแอม อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็น 1 ใน 5 จากหมู่บ้านเป้าหมายในจังหวัดขอนแก่น ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีระดับจังหวัด โดยมีการขับเคลื่อนแผนงานโครงการดังกล่าว ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา ผู้ให้ข้อมูลมีจำนวนทั้งสิ้น 23 ราย ได้แก่ ผู้นำชุมชน 1 ราย ประธานและคณะกรรมการกลุ่ม 8 ราย สมาชิกกลุ่ม 5 ราย ราษฎรชาวบ้าน 2 ราย ตัวแทนกลุ่มอาชีพ 5 ราย และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกลุ่ม 2 ราย

เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ร่วมกับการใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลตามข้อเท็จจริง โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาแยกประเด็น จัดหมวดหมู่ และเชื่อมโยงกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อสรุปของข้อมูล นำผลการศึกษาที่ได้มาตรวจสอบ วิเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ได้ใช้วิธีการการพรรณนาวิเคราะห์ (Analysis Description) พร้อมทั้งอ้างอิงข้อมูลทางวิชาการของผู้อื่นทุกครั้งหากมีการกล่าวถึง

5. ผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 23 ราย ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน 1 ราย ประธานและคณะกรรมการกลุ่ม 8 ราย สมาชิกกลุ่ม 5 ราย ปราชญ์ชาวบ้าน 2 ราย ตัวแทนกลุ่มอาชีพ 5 ราย และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกลุ่ม 2 ราย

การจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี ในจังหวัดขอนแก่น

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น ได้ใช้การจัดการด้านคน ด้านการเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์และด้านการจัดการทั่วไปในกระบวนการดำเนินการในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 5 ประเด็น อันประกอบด้วย การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น และการส่งเสริมการตลาดหมู่บ้านท่องเที่ยว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ได้มีแนวทางในการจัดการ 3 แนวทางด้วยกัน คือ การเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี การพัฒนาและการบริหารจัดการข้อมูลท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี และการจัดทำแผนธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.1 การเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี พบว่า คณะกรรมการกลุ่มพร้อมด้วยพัฒนาการอำเภอ ร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ภายในหมู่บ้าน เริ่มจากการจัดเวทีชี้แจงให้ความรู้คนในชุมชน ทำการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารกลุ่ม สำรวจและจัดเก็บข้อมูลทั่วไปของหมู่บ้าน จัดทำแผนธุรกิจชุมชน ร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก และจัดการส่งเสริมการตลาด ซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุนจากการเข้าร่วมโครงการจำนวน 100,000 บาท และขอรับการสนับสนุนเงินสมทบจากโรงเรียนท้องถิ่นจำนวน 60,000 บาท รวมเป็นเงิน 160,000 บาท สำหรับใช้ในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ และพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในหมู่บ้าน อันได้แก่ อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำความสะดวกปรับปรุงภูมิทัศน์หมู่บ้าน วัสดุที่ใช้ให้การซ่อมแซมหรือตกแต่งสถานที่ หรือการปรับปรุงอาคารบ้านเรือนให้เป็น

ระเบียบเรียบร้อย สวยงาม ทั้งนี้ วัสดุอุปกรณ์บางส่วนได้มาจากการจัดซื้อ และบางส่วนได้มาจากการจัดหาภายในชุมชน

5.1.2 การพัฒนาและการบริหารจัดการข้อมูลท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี พบว่า กลุ่มมีการจัดเวทีประชาคมหมู่บ้านระหว่าง ผู้นำชุมชน คณะกรรมการกลุ่ม ชาวบ้าน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ชาวบ้านร่วมกันวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลทั่วไปของหมู่บ้าน ได้แก่ ข้อมูลทางทัศนียภาพ สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ ประเพณีพื้นบ้าน และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมอบหมายหน้าที่ให้คณะกรรมการหมู่บ้าน กลุ่มอาสาพัฒนาชุมชน กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เป็นผู้รับผิดชอบในการเก็บรวบรวมข้อมูล และศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ของหมู่บ้านที่ได้มีการเก็บรวบรวมและบันทึกข้อมูลไว้แล้ว ได้แก่ เอกสารความจำเป็นพื้นฐาน และเอกสารข้อมูลพื้นฐานระดับหมู่บ้าน พร้อมทั้งให้ชาวบ้านได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล โดยเฉพาะปราชญ์ชาวบ้านที่เป็นผู้มีภูมิความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมากำหนดแนวทาง เป้าหมาย รูปแบบการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน และมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่กำหนด อีกทั้ง นำข้อมูลมาจัดทำเอกสารคู่มือการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี โดยแบ่งงบประมาณบางส่วนจากงบที่ใช้ในการปรับปรุงภูมิทัศน์ มาใช้สำหรับดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องดังกล่าว

5.1.3 การจัดทำแผนธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี พบว่า ในการจัดอบรมให้ความรู้บุคลากรในการเขียนแผนธุรกิจ มีการวางแผนงานในการพัฒนาบุคลากรในหมู่บ้านเพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และกำหนดกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง โดยจัดทำแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบโดยใช้หลักวิเคราะห์ “SWOT Analysis” มีการกำหนดพันธกิจ และวางเป้าหมายทางธุรกิจ วางแผนพัฒนาด้านศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานและสนับสนุนการท่องเที่ยว แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้า ของที่ระลึก และอาชีพ แผนพัฒนาด้านที่พักสนับสนุนการท่องเที่ยว แผนพัฒนาด้านการจำหน่าย อาหาร/เครื่องดื่ม และแผนพัฒนากิจกรรมบริการนักท่องเที่ยว รวมถึงการวางแผนจัดหาแหล่งเงินทุน กำหนดผู้รับผิดชอบดูแลการเงินและการจัดทำบัญชี ทั้งนี้ มีการนำเงินจากกองทุนกลางของหมู่บ้าน จำนวนเงิน 300,000 บาทมาใช้ในการดำเนินงานภายในกลุ่ม พร้อมทั้งกำหนดกฎเกณฑ์ในการจัดสรรผลกำไร

5.2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกของหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีบ้านดงบัง ประกอบด้วย การพัฒนาศักยภาพด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมพัฒนาเสน่ห์ประเพณีวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ชุมชน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 การพัฒนาศักยภาพด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มมีการสำรวจพื้นที่ในบริเวณโดยรอบและจุดสำคัญต่าง ๆ และจัดคนดูแลแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบในการพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ตามงานที่ตนเองถนัด เช่น การกำจัดผักตบชวาที่แหล่งน้ำหมู่บ้านปลูกไม้ดอก ไม้ประดับบริเวณจุดเช็คอิน โดยนำใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีภายในชุมชน จากการระดมอุปกรณ์ที่มีอยู่ในครัวเรือนของชาวบ้าน เช่น ไม้กวาด ไม้ถูพื้น จอบ เสียม อุปกรณ์ที่ใช้ในการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบ และใช้ขบส่วนกลางในการจัดซื้อ ได้แก่ กระเบื้องมุงหลังคา สีทาบ้าน ประตู หน้าต่าง ฯลฯ เพื่อใช้ในการปรับปรุงอาคารอเนกประสงค์ของหมู่บ้าน และจัดทำป้ายบอกทางป้ายแสดงข้อมูลต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งใช้งบประมาณในส่วนของการพัฒนาหมู่บ้านเพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์และมีงบประมาณเพิ่มเติมจากการชนะการประกวดหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในระดับประเทศ จำนวน 200,000 บาท มาใช้บูรณะอาคารอเนกประสงค์ที่มีอยู่เดิมของหมู่บ้าน สำหรับจัดเป็นศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวและจัดแสดงจำหน่ายสินค้าโอท็อปภายในหมู่บ้าน

5.2.2 การส่งเสริมพัฒนาเสน่ห์ประเพณี วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ชุมชนพบว่า เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมไปด้วยวิถีชีวิตที่เรียบง่าย และมีวิถีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ดั้งเดิม ชาวบ้านล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่มีภูมิปัญญา เช่น ภูมิปัญญาการทอผ้า การจักสาน การแสดงศิลปะพื้นบ้าน มีปราชญ์ชาวบ้านที่สามารถเล่าเรื่องราวของชุมชน และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ในด้านต่าง ๆ ได้ ทางกลุ่มจึงมีการจัดการสร้างเสน่ห์ของหมู่บ้านด้วยกระบวนการ 5s ตามนโยบายโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี ได้แก่ (1) S: Smile สร้างรอยยิ้มแห่งความประทับใจ มีการต้อนรับด้วยศิลปะพื้นบ้าน “คณะสาวน้อยกลองยาว” ที่ก่อตั้งมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2529 เป็นการรวมกลุ่มของสตรีในหมู่บ้านกว่า 30 ชีวิต (2) S: Story มีเรื่องเล่า เรื่องราว ตำนานของหมู่บ้านดงบังที่น่าสนใจ โดยการอบรมสร้างมีคฤเทศก์ หรือนักเล่าเรื่องชุมชนให้สามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเป็นไป

ในทิศทางเดียวกันได้ (3) S: Secret มีสูตรเด็ดอาหารพื้นถิ่นที่หารับประทานได้เฉพาะภายในชุมชน หรือมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ส้มตำอาหารถิ่นอีสาน ปลาหนังสมุนไพรจิ้มแจ่ว ต้มไก่บ้านใบหม่อน ตักแต้ทอดสมุนไพร และข้าวต้มหัวหงอก ที่เป็นเมนูแนะนำ หรืออาหารที่หารับประทานได้ตามฤดูกาล (4) S: Surprise สร้างกิจกรรมน่าสนใจ แปลกใหม่ หรือกิจกรรมที่เสริมสร้างการเรียนรู้และนักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมลงมือปฏิบัติจริงได้ เช่น การนั่งรถซาเล้งชมหมู่บ้าน การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมแบบครบวงจร การจักสานไม้ไผ่และตะกร้าพลาสติก เป็นต้น และ (5) S: Spirit แสดงให้เห็นถึงความมีจิตใจที่ดีของผู้คนในหมู่บ้าน มีความโอบอ้อมอารีช่วยเหลือกัน และร่วมกิจกรรมภายในหมู่บ้านอย่างพร้อมเพรียง

5.3 การพัฒนาสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาสินค้าและการบริการของหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีบ้านดงบัง อันได้แก่ การพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน การพัฒนาสินค้าและการบริการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี และการออกแบบตราสัญลักษณ์ พร้อมด้วยสโลแกนของหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.3.1 การพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน พบว่า คณะกรรมการกลุ่มได้มีการคัดเลือกผู้ประกอบการชุมชนที่มีความเหมาะสมในการเข้ารับการอบรมในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ได้แก่ การฝึกอบรมผู้ผลิต ผู้ประกอบการโอท็อป กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D), อบรมผู้ประกอบการด้านบ้านพักโฮมสเตย์ และได้มีการเชิญชวนสมาชิกในหมู่บ้านให้เข้ามาเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ เช่น ผู้ประกอบการบ้านพักโฮมสเตย์ ทั้งนี้ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดและอำเภอ ในการจัดเวทีอบรมโดยผู้เข้าร่วมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย อีกทั้งหน่วยงานยังให้การสนับสนุนปัจจัยในการผลิต เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ไว้ใช้ในการจัดจำหน่ายสินค้าภายในหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี

5.3.2 การพัฒนาสินค้าและบริการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี พบว่า ทางกลุ่มได้มีการจัดเวทีประชาคมเพื่อปรึกษาหารือในการเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็น “ของดี” ประจำหมู่บ้าน ที่เกิดจากความรู้ภูมิปัญญาและปัจจัยหลักในการผลิตนั้นสามารถหาได้ภายในท้องถิ่น พร้อมทั้งออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิตภูมิปัญญา ทั้งนี้ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดขอนแก่นได้มีการส่งเสริมและจัดการ

ประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยให้กลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนเข้ารับการอบรมเสริมสร้างความรู้ในเรื่องของการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น อบรมการพัฒนากระดาษสินค้าโอท็อป โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “Quadrant D” (ผลิตภัณฑ์กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา), อบรมการพัฒนาต่อยอดคุณภาพมาตรฐานออกแบบและจัดทำบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้โครงการชุมชนท่องเที่ยว โอท็อปวิถีจังหวัดขอนแก่น อีกทั้ง ยังให้การสนับสนุนในการว่าจ้างนักออกแบบบรรจุภัณฑ์และมอบเป็นชิ้นงานให้ทางกลุ่มสามารถนำมาใช้ในการบรรจุและจัดจำหน่ายได้อีกหนึ่ง ในการจัดการด้านการเงินของกลุ่ม ได้มีการนำเงินจากกองทุนหมู่บ้าน จำนวน 300,000 บาท มาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของกลุ่ม เพื่อจัดซื้อผลิตภัณฑ์ของชาวบ้านนำมาจัดจำหน่ายภายในศูนย์เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

5.3.3 การออกแบบตราสัญลักษณ์ พร้อมด้วยโลแกนของหมู่บ้านท่องเที่ยว โอท็อปวิถี พบว่า จากการสนับสนุนของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่ผสมความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยศิลปากร ได้มีจัดให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการให้คนในชุมชนร่วมกันระดมความคิดค้นหาเอกลักษณ์และบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ที่สะท้อนความเป็นตัวตนของชุมชนเพื่อสร้างตราสัญลักษณ์และโลแกน และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ดังโลแกนที่ว่า “ดงบังร่มโพธิ์ใหญ่ ผ้าไหมโบราณ ตำนานดงเมืองแอม” ซึ่งในส่วนนี้ทางกลุ่มไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานในการสร้างตัวแบบของผลงานและส่งมอบในรูปแบบของไฟล์รูปภาพให้ทางกลุ่มสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เช่น นำไปใช้สำหรับเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ หรือใช้แสดงบนเอกสารการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของหมู่บ้าน เป็นต้น

5.4 การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น

ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว เป็นการวางแผนเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่ และให้เกิดความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ตามจุดมุ่งหมาย ดังนั้นทางกลุ่มจึงได้มีการจัดการ ดังนี้

5.4.1 การออกแบบเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเป้าหมาย พบว่า ทางสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขาสนกวาง ร่วมกับคณะกรรมการกลุ่ม จัดเวทีวิเคราะห์ศักยภาพออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่ โดยศึกษาข้อมูล

ทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน และทำการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันเป็นเส้นทาง ทั้งนี้ มีการแบ่งงบประมาณที่ใช้พัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ของหมู่บ้าน บางส่วนเพื่อจัดทำป้ายบอกทาง คู่มือการท่องเที่ยว และแผ่นพับ และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่แสดงเส้นทางการท่องเที่ยว

5.4.2 การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลัก เมืองรอง พบว่า กลุ่มได้รับการสนับสนุนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ เขาสนกว้างในการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว โดยมีการจัดเวทีวิเคราะห์ศักยภาพทางการท่องเที่ยว ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่าง ๆ และทำการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตามเส้นทางตั้งแต่เมืองหลัก จนถึงชุมชน และแบ่งงบประมาณในส่วนพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ของหมู่บ้าน เพื่อจัดทำป้ายบอกทาง คู่มือการท่องเที่ยว แผ่นพับ และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่แสดงเส้นทางการท่องเที่ยว

5.5 การส่งเสริมการตลาดหมู่บ้านท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการตลาดของหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี ประกอบด้วย 3 แนวทางด้วยกัน คือ การประชาสัมพันธ์ การจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) และการจัดกิจกรรมการแสดง/ จำหน่ายสินค้าและการบริการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี ทั้งนี้ บ้านดงบังได้มีการส่งเสริมการตลาดในด้านต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.5.1 การประชาสัมพันธ์ พบว่า ทางกลุ่มได้มีการคัดเลือกบุคคลเข้ามา รับหน้าที่เป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์ ตามโครงสร้างของคณะกรรมการบริหารของกลุ่ม โดยมีการจัดทำสื่อและหาช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบออนไลน์ และแบบออฟไลน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น การจัดทำเอกสารคู่มือการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน แผ่นพับโฆษณา จัดทำวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านท่องเที่ยวผ่านรายการโทรทัศน์และเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ทางกลุ่มยังได้มีการตั้งกลุ่มไลน์ และเฟสบุ๊ก ไลน์โฮสต์และแชตสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ภายในหมู่บ้าน และการออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์แบบ “ปากต่อปาก” หรือการบอกต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านสู่ญาติหรือกลุ่มเพื่อนต่อกันเป็นทอด ๆ

5.5.2 การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) พบว่า ทางกลุ่มไม่ได้มีการจัดการในส่วนของการส่งเสริมการตลาดหมู่บ้านท่องเที่ยวในด้านการจับคู่ทางธุรกิจ เนื่องจากยังไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลภายนอกเท่าที่ควร จึงยังไม่ได้ได้รับความสนใจจากองค์กรทางธุรกิจต่าง ๆ

5.5.3 การจัดกิจกรรมการแสดง/จำหน่ายสินค้าและการบริการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี พบว่า คณะกรรมการกลุ่มได้มีการมอบหมายหน้าที่ในการดูแลศูนย์จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าโอท็อปภายในหมู่บ้าน ให้แก่ற்றுญกในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ของชาวบ้านมาวางจำหน่ายภายในศูนย์ และดูแลเรื่องรายรับรายจ่ายจากการซื้อและขายผลิตภัณฑ์ โดยมีงบประมาณ จำนวน 300,000 บาท ใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากชาวบ้านมาจัดจำหน่ายภายในศูนย์ และคณะกรรมการจะมีการกำหนดราคาขายบวกกำไรเพิ่มจากราคาที่ได้รับซื้อเพื่อนำรายได้เข้ากลุ่มเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน และจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายแบบง่าย ๆ นอกจากนี้ ยังมีการปรับปรุงอาคารอเนกประสงค์ที่มีอยู่เดิมภายในชุมชน ทำการบูรณะซ่อมแซมใหม่เพื่อให้เป็นศูนย์จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าโอท็อป โดยใช้งบประมาณในการบูรณะ จากเงินรางวัลที่ได้จากการประกวดหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีระดับจังหวัด จำนวน 200,000 บาท

ทั้งนี้ การจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น

การจัดการหมู่บ้าน ท่องเที่ยวโอท็อป นวัตวิถี ในจังหวัดขอนแก่น	สรุป
ด้านคน	- สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีให้แก่คนชุมชน - เลือกตั้งคณะกรรมการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี กำหนดบทบาทหน้าที่ตามโครงสร้างของคณะกรรมการบริหาร - จัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านต่าง ๆ
ด้านการเงิน	- ได้รับงบประมาณจากการเข้าร่วมโครงการจำนวน 100,000 บาท และเงินสมทบจากโรงเรียนท้องถิ่นชุมชน จำนวน 60,000 บาท สำหรับใช้ในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ และพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในหมู่บ้าน - ได้รับเงินรางวัลจำนวน 200,000 บาท จากการชนะการประกวดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในระดับประเทศ นำมาใช้ในการบูรณะอาคารอเนกประสงค์ที่มีอยู่แต่เดิมของหมู่บ้าน สำหรับจัดเป็นศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี และศูนย์จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าโอท็อปภายในหมู่บ้าน - นำเงินจากกองทุนกลางของหมู่บ้าน จำนวนเงิน 300,000 บาท มาใช้ในการดำเนินงานเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม
ด้านวัสดุอุปกรณ์	- มาจากการจัดซื้อจัดจ้าง ได้แก่ ป้ายชื่อหมู่บ้าน ป้ายบอกทาง/แผนที่แสดงจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในหมู่บ้าน - เกิดการระดมคนในหมู่บ้านช่วยกันจัดหาหรือผลิตขึ้นเองได้ เช่น ไม้ไผ่สำหรับทำรั้ว ผ้าขาวม้าประดับ จากฝีมือการทอผ้าของชาวบ้าน

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น (ต่อ)

การจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น	สรุป
ด้านการจัดการทั่วไป	- ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ - แบ่งหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่กำหนด - สร้างเสน่ห์ของหมู่บ้านด้วยกระบวนการ 5s ตามนโยบายโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี - เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น - จัดทำสื่อและหาช่องทางต่างในการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอกทั้งในรูปแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์ - ตั้งกลุ่มไลน์ และเฟสบุ๊ก ไลน์ไพลดและแชตสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ภายในหมู่บ้าน - การประชาสัมพันธ์แบบ “ปากต่อปาก” หรือการบอกต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านสู่ญาติหรือกลุ่มเพื่อนต่อกันเป็นทอด ๆ

6. อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาถึงการการบริหารจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า บ้านดงบังได้มีการขับเคลื่อนแผนงานโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี ตามนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยภายใต้แผนแม่บทของรัฐบาลโครงการไทยนิยมยั่งยืน และส่งต่อไปยังหน่วยงานในแต่ละท้องถิ่นเป็นผู้รับผิดชอบสอดคล้องกับ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร (2556) ที่กล่าวถึงการบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐว่าเป็นศาสตร์ในการวางแผนกำหนดนโยบายเพื่อส่งต่อให้เจ้าหน้าที่รัฐนำไปปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ทั้งนี้โดยการนำของ นายรุจน์ รังษี

อดีตนายอำเภอเขาสวนกวาง และเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนอำเภอเขาสวนกวาง ที่ได้สังเกตเห็นศักยภาพของบ้านดงบัง จึงได้มีผลักดันการดำเนินงานดังกล่าว ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ กุสุมา ภูเสตร์ (2553) ที่กล่าวว่า สาเหตุและที่มาในการริเริ่มจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น เกิดจาก 2 ลักษณะ คือ 1) การที่บุคคลหรือหน่วยงานภายนอกมองเห็นศักยภาพของชุมชนว่าสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ และเข้าประสานความร่วมมือกับคนในชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้น 2) การที่คนในชุมชนได้มองเห็นศักยภาพของชุมชนเองและร่วมกันพัฒนา เพื่อให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ทั้งนี้การบริหารจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีบ้านดงบัง ได้มีการขับเคลื่อนผ่านกระบวนการ 5 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการพัฒนาสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น และด้านการส่งเสริมการตลาดหมู่บ้านท่องเที่ยว เป็นไปตามรูปแบบการขับเคลื่อนโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีของ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2561) โดยมีกระบวนการในการจัดการอย่างครอบคลุมในด้านคน ด้านเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการจัดการ ดังจะเห็นได้จากแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน อาทิ อนิวัช แก้วจาง (2552), อรัญ จิตตะเสน และคณะ (2555) รวมถึง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2559) ที่ได้อธิบายถึง ปัจจัยที่เป็นเหตุให้การจัดการประสบผลสำเร็จ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ องค์กรต้องมีการจัดการในการใช้ทรัพยากรนั้น ๆ อย่างเหมาะสม เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลจนบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ในที่สุด

หมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีบ้านดงบัง มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เข้ามาสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการให้แก่คนในชุมชน และทำการเลือกตั้งคณะกรรมการของกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว และกำหนดแนวทางในการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว จึง ได้มีการพัฒนาและบริหารจัดการข้อมูลท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี ในด้านการจัดการ โดยการจัดเวทีประชาคมหมู่บ้านเพื่อให้ชาวบ้านร่วมกันสำรวจ นำเสนอ และเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปของหมู่บ้าน โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ ดวงใจ หล่อธนวิชัย (2550) ที่กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยว

ที่ยั่งยืนนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปกปักรักษาสภาพแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม และคนท้องถิ่นควรเข้ามามีส่วนในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกระดับ รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีบ้านดงบัง ได้มีการพัฒนาหมู่บ้านจนกลายเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีที่ดึงดูดเสน่ห์ทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของหมู่บ้านมาใช้เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการเพื่อสร้างรายได้กระจายภายในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นกยูง อนุสุเรนทร์ และ กฤษชวรรณ โล้วชิรินทร์ (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจัยนำเข้าที่มีกำลังคน ทรัพยากรธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์และข้อมูลการท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนมีความพร้อมพัฒนาต่อยอดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

ข้อค้นพบประเด็นที่น่าสนใจ คือ ผู้บริหารและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดขอนแก่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขาสวนกวาง รวมถึงอดีตนายอำเภอเขาสวนกวาง เป็นส่วนสำคัญหลักของการขับเคลื่อนงานของกลุ่มที่เล็งเห็นถึงศักยภาพความพร้อมของหมู่บ้านที่มีผู้นำชุมชนมีภาวะผู้นำ กลุ่มองค์กรในชุมชนมีความเข้มแข็ง และชุมชนมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านและประเพณีที่ดั้งเดิม และทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี ผลักดันจนทำให้บ้านดงบังได้เป็น 1 ใน 5 ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีระดับจังหวัด

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

7.1.1 จากการวิจัยพบว่า บุคลากรของกลุ่มยังขาดความรู้ความเข้าใจในตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย ทำให้การปฏิบัติงานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้น ทางกลุ่มควรมีมาตรการในการคัดเลือกบุคคลอย่างเหมาะสมตรงตามความสามารถ หรือเป็นผู้ที่มีทักษะในด้านนั้น ๆ เข้ามารับตำแหน่ง อีกทั้ง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้เกิดความชำนาญและปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

7.1.2 จากการวิจัยพบว่า แหล่งเงินทุนหมุนเวียนที่สำคัญของทางกลุ่มเป็นแหล่งเงินทุนจากภายในชุมชน ซึ่งหน่วยงานโดยส่วนใหญ่จะให้การสนับสนุนในรูปแบบอบรมให้ความรู้และปัจจัยการผลิต ทั้งนี้ทำให้ทางกลุ่มมีงบประมาณที่สามารถใช้ได้อย่างจำกัด ไม่เพียงพอต่อการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์และการพัฒนาต่อยอดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในอีกหลายด้าน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรตระหนักถึงความสำคัญในการสนับสนุนส่งเสริมด้านงบประมาณของทางกลุ่ม ทั้งนี้ อาจไม่ใชการให้เป็นตัวเงิน แต่เป็นการส่งเสริมการจับคู่ทางธุรกิจเพื่อให้เกิดการอุดหนุนการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปของหมู่บ้าน ทำให้กลุ่มมีเงินหมุนเวียนจากการขายสินค้าและบริการอื่น ๆ เป็นการส่งเสริมการพึ่งพาตนเองและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

7.1.3 จากการวิจัยพบว่า หมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีบ้านดงบังขาดความรู้ความเข้าใจในการส่งเสริมการตลาดโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ของกลุ่มมีรูปแบบที่ไม่หลากหลาย เข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมายในทุกภาคส่วนและขาดความต่อเนื่อง ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ อาทิ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ/ จังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาฯ กรมการพัฒนาชุมชน ฯลฯ ควรให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนช่วยเหลือในเรื่องประชาสัมพันธ์ ทั้งผลิตภัณฑ์โอท็อปของหมู่บ้านและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ และทุกช่องทาง

7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

7.2.1 ควรมีการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ระหว่างคนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักวิจัย เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในการดำเนินงานในทุกด้าน ทำการค้นหาปัญหา และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา ต่อยอดในการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในพื้นที่ร่วมกัน

7.2.2 ควรมีการศึกษาสภาพปัญหาในการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี โดยเจาะลึกรายละเอียดในแต่ละด้าน เช่น ด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ด้านการพัฒนาส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา สร้างความเข้มแข็งและต่อยอดในการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนต่อไป

7.2.3 ควรมีการศึกษาทฤษฎีแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) โดยนำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือหรือกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพของกระบวนการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

8. เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2561). **คู่มือการขับเคลื่อนการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี**. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). **การวางแผนการบริหารองค์กร**. สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2563, จากเว็บไซต์: <https://www.dip.go.th/th/category/2020-05-26-18-47-51/2020-05-26-18-58-11>
- กลุ่มประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ. (2559). **การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ**. กรุงเทพฯ: มรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- กุสุมา ภูเสต์วี. (2553). **การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โกเมน กันตวรธีระ. (2557). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน จังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ดวงใจ หล่อธนวิชัย. (2550). **รัฐ ทุน ชุมชนกับการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างไทยกับญี่ปุ่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการ วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2556). **การจัดการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน**. สงขลา: สถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นกยูง อนุสุเรนทร์ และกฤตวรรณ โล้วชินทร์. (2562). **การประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีภายใต้โครงการไทยนิยมยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น**. วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์, 5(2), 205-221.

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขาสวนกวาง. (2561). **โครงการเชิดชูเกียรติผู้นำเครือข่ายพัฒนาชุมชน ดีเด่น ประจำปี 2561 อำเภอเขาสวนกวาง จังหวัดขอนแก่น.**

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2560). **โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.** สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2561, จากเว็บไซต์: <https://www.cep.cdd.go.th/>

อนิวัช แก้วจำนง. (2552). **หลักการจัดการ.** สงขลา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ.

อรัญ จิตตะเสนโน และคณะ. (2555). **หลักการและวิธีการบริหารจัดการชุมชน.** เอกสารประกอบการเรียนรู้ชุมชนในโครงการวิจัยและพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่สุขภาวะองค์กรรวม ภายใต้แผนสุขภาพจังหวัดสงขลา.